راهنمای شروع بهینه سازی موتور جستجو (سئو)

وقتی وب‌سایت خود را ساختید، احتمالاً آن را بـا در نظـر گـرفتن کـاربران خـود ایجـاد کرده‌اید و سعی کرده‌اید پیدا کردن و کاوش محتوای خود را برای آنها آسان کنید. یکی از این کاربران، موتور جستجو است که به افراد کمک می‌کند محتـوای شـما را کشـف کنند. سئو - مخفف بهینه‌سازی موتور جستجو - در مورد کمـک بـه موتورهـای جسـتجو برای درک محتوای شما و کمک به کاربران برای یافتن سـایت شـما و تصـمیم‌گیری در مورد اینکه آیا باید از طریق موتور جستجو از سایت شما بازدید کنند یا خیر، می‌باشد.

اصول اولیـه جسـتجو، مهم‌تـرین عناصـری را کـه وب‌سـایت شـما را بـرای نمـایش در جستجوی گوگل واجد شرایط می‌کند، تشریح می‌کند. اگرچه هیچ تضمینی وجـود نـدارد که هیچ سایت خاصی به فهرست گوگل اضافه شـود، سـایت‌هایی کـه از اصـول اولیـه جستجو پیروی می‌کنند، احتمال بیشتری دارد که در نتایج جستجوی گوگل نمـایش داده شوند . خدمات سئو سایت در مورد برداشـتن قـدم بعـدی و تلاش بـرای بهبـود حضـور سایت شما در جستجو است . این راهنمـا شـما را بـا بـرخی از رایج‌تـرین و مـؤثرترین بهبودهایی که می‌توانید در سایت خود انجام دهید، آشنا می‌کند.

هیچ رازی در اینجا وجود ندارد که به طور خودکـار سـایت شـما را در رتبـه اول گوگـل قرار دهد (متاسفم!). در واقع، برخی از این پیشنهادات ممکن است حتی برای کسـب و کار شما صدق نکنند، اما پیروی از بهترین شیوه‌ها، امیدواریم خزیـدن، فهرسـت‌بندی و درک محتوای شما را برای موتورهای جستجو (نه

جستجوی گوگل چگونه کار می‌کند؟

گوگل یک موتور جستجوی کاملاً خودکار است که از برنامه‌هایی به نام خزنـده‌ها بـرای کاوش مداوم وب و جستجوی صفحات برای افزودن به فهرست خود استفاده می‌کند. معمولاً نیازی نیست کاری انجام دهید جز اینکه سایت خـود را در وب منتشـر کنیـد. در واقع، اکثریت قریب به اتفاق سایت‌های فهرست شده در نتایج ما، همزمان بـا خزیـدن ما در وب، به طور خودکار پیدا و اضافه می‌شوند. اگر مشتاق اطلاعات بیشتر هستید، ما مستنداتی در مورد نحوه کشف، خزیدن و ارائه صفحات وب توسط گوگل داریم .

چه مدت طول می‌کشد تا تأثیر آن را در نتـایج جسـتجو ببینم؟

هر تغیـیری کـه بـرای بهینـه سـازی موتـور هـای جسـتجو ایجـاد می‌کنیـد، مـدتی طـول می‌کشد تا از طرف گوگل منعکس شود. برخی از تغییرات ممکن است در عرض چنـد ساعت اعمال شوند، برخی دیگر ممکن است چندین ماه طـول بکشـد. بـه طـور کلی، احتمالاً می‌خواهید چند هفته صبر کنید تا ارزیابی کنید که آیا کار شما اثـرات مفیـدی در نتایج جستجوی گوگل داشته است یا خیر. به خاطر داشته باشید که همه تغیـیراتی کـه در وب‌سایت خود ایجاد می‌کنید، منجر به تأثیر قابل توجه در نتایج جسـتجو نمی‌شـوند. اگر از نتایج خود راضی نیستید و استراتژی‌های تجاری شما اجازه می‌دهد، سـعی کنیـد تغییرات را تکرار کنید و ببینید که آیا تفاوتی ایجاد می‌کنند یا خیر.

به گوگل کمک کنید تا محتوای شما را پیدا کند

قبل از اینکه واقعاً هر کاری که در این بخش ذکر شده اسـت را انجـام دهیـد، بررسـی کنید که آیا گوگل قبلاً محتوای شما را پیدا کرده است یـا خـیر (شـاید نیـازی بـه انجـام کاری نباشد!). سعی کنید با استفاده از در گوگـل، سـایت خـود را جسـتجو کنیـد site: search operator. اگر نتایجی را مشاهده کردید که به سایت شما اشـاره می‌کننـد، در فهرسـت هسـتید. بـه عنـوان مثـال، جسـتجوی این نتـایجsite:wikipedia.org را برمی‌گرداند . اگر سایت خود را نمی‌بینیـد، الزامـات فـنی را بررسـی کنیـد تـا مطمئن شوید که هیچ مانع فنی مانع نمایش سایت شما در جستجوی گوگل نمی‌شود و سـپس به اینجا برگردید.

گوگل در درجه اول صفحات را از طریق لینک‌هایی از صفحات دیگری که قبلاً بررسـی کرده است، پیدا می‌کند. در بسیاری از موارد، این‌ها وب‌سایت‌های دیگـری هسـتند کـه به صفحات شما لینک می‌دهند. لینک دادن سایت‌های دیگر به شما چیزی اسـت کـه بـه طور طبیعی در طول زمان اتفـاق می‌افتـد و شـما همچـنین می‌توانیـد بـا تبلیـغ سـایت خود ، افراد را به کشف محتوای خود تشویق کنید .

اگر کمی با چالش‌های فنی مشکلی ندارید، می‌توانید یک نقشه سایت (sitemap) نیز ارسال کنید - که فایلی است که شامل تمـام URLهـای سـایت شـما کـه برایتـان مهم هستند، می‌شود. برخی از سیستم‌های مـدیریت محتـوا (CMS) حـتی ممکن اسـت این کار را به طور خودکار برای شما انجام دهند. با این حال، این کار الزامی نیست و ابتدا باید روی این تمرکز کنید که مطمئن شوید افراد از سایت شما مطلع هستند .

بررسی کنید که آیا گوگل می‌تواند صفحه شما را همانطور که یک کاربر می‌بیند، ببیند یا خیر

وقتی گوگل صفحه‌ای را می‌خزد، در حالت ایده‌آل باید آن صفحه را همانطور که یک کاربر معمولی می‌بیند، ببیند . برای این منظور، گوگل باید بتواند به همان منابعی که مرورگر کاربر به آن دسترسی دارد، دسترسی داشته باشد. اگر سایت شما اجزای مهمی را که وب‌سایت شما را تشکیل می‌دهند (مانند CSS و جاوا اسکریپت) پنهان کرده باشد، ممکن است گوگل نتواند صفحات شما را درک کند، به این معنی که ممکن است در نتایج جستجو نمایش داده نشوند یا برای عبارات مورد نظر شما رتبه خوبی کسب نکنند.

اگر صفحات شما بسته به موقعیت مکانی فیزیکی کاربر، اطلاعات متفاوتی دارند، مطمئن شوید که از اطلاعاتی که گوگل از موقعیت مکانی خزنده خود، که عموماً ایالات متحده است، می‌بیند، راضی هستید.

برای بررسی اینکه گوگل چگونه صفحه شما را می‌بیند، از ابزار بازرسی URL در کنسول جستجو استفاده کنید .

نمی‌خواهید صفحه‌ای در نتایج جستجوی گوگل داشته باشید؟

ممکن است برای شما مهم باشد که از نمایش کل سایت یا بخش‌هایی از آن در نتایج جستجو جلوگیری کنید. به عنوان مثال، ممکن است نخواهید پست‌های شما در مورد مدل موی جدید و خجالت‌آورتان در نتایج جستجو نمایش داده شوند. گوگل از روش‌های مختلفی پشتیبانی می‌کند که به شما امکان می‌دهد از خزش و ایندکس شدن URLهای خود جلوگیری کنید. اگر نیاز دارید برخی از فایل‌ها، دایرکتوری‌ها یا حتی کل سایت خود را از جستجوی گوگل مسدود کنید، راهنمای ما در مورد روش‌های جلوگیری از نمایش محتوا در نتایج جستجو را بررسی کنید .

سایت خود را سازماندهی کنید

وقتی سایت خود را راه‌اندازی یا بازسازی می‌کنید، سازماندهی آن به روشی منطقی می‌تواند مفید باشد زیرا می‌تواند به موتورهای جستجو و کاربران کمک کند تا بفهمند

صفحات شما چگونه با بقیه سایتتان مرتبط هستند. با این حال، همه چیز را رها نکنید و همین الان شروع به سازماندهی مجدد سایت خود نکنید: اگرچه این پیشنهادات می‌توانند در درازمدت مفید باشند (به خصوص اگر روی یک وب‌سایت بزرگتر کار می‌کنید)، موتورهای جستجو احتمالاً صفحات شما را همانطور که در حال حاضر هستند، صرف نظر از نحوه سازماندهی سایت شما، درک خواهند کرد.

از URL های توصیفی استفاده کنید

بخش‌هایی از URL می‌توانند در نتایج جستجو به صورت breadcrumbs نمایش داده شوند، بنابراین کاربران می‌توانند از URLها برای درک اینکه آیا نتیجه برای آنها مفید خواهد بود یا خیر، استفاده کنند.

گوگل به طور خودکار بر اساس کلمات موجود در URL، breadcrumbs را یاد می‌گیرد، اما اگر به دنبال یک چالش فنی هستید، می‌توانید با داده‌های ساختاریافته نیز بر آنها تأثیر بگذارید . سعی کنید کلماتی را در URL بگنجانید که ممکن است برای کاربران مفید باشد. به عنوان مثال:

https://www.example.com/pets/cats.html

یک URL که فقط شامل شناسه‌های تصادفی باشد، برای کاربران کمتر مفید است؛ برای مثال:

https://www.example.com/2/6772756D707920636174

صفحاتی که از نظر موضوعی مشابه هستند را در دایرکتوری‌ها گروه‌بندی کنید
تصویری از نحوه گروه‌بندی صفحات در دایرکتوری‌ها
اگر بیش از چند هزار آدرس اینترنتی (URL) در سایت خود دارید، نحوه سازماندهی محتوای شما ممکن است بر نحوه خزیدن و فهرست بندی سایت شما توسط گوگل تأثیر بگذارد. به طور خاص، استفاده از دایرکتوری‌ها (یا پوشه‌ها) برای گروه‌بندی موضوعات مشابه می‌تواند به گوگل کمک کند تا بفهمد URL های موجود در دایرکتوری‌های مختلف چند وقت یکبار تغییر می‌کنند.

برای مثال، URL های زیر را در نظر بگیرید:

https://www.example.com/policies/return-policy.html

https://www.example.com/promotions/new-promos.html

محتوای موجود در policiesدایرکتوری به نـدرت تغیـیر می‌کنـد، بـا این حـال محتـوای موجود در promotionsدایرکتوری احتمالاً خیلی اوقات تغییر می‌کند. گوگـل می‌توانـد این اطلاعات را یاد بگیرد و دایرکتوری‌های مختلف را با فرکانس‌هـای مختلـف بررسـی کند. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد سـاختارهای سـایت مناسـب بـرای جسـتجو، راهنمای ما برای سایت‌های تجـارت الکترونیـک را بررسـی کنیـد ، کـه در آنهـا سـاختار URL خوب از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا معمولاً بزرگتر هستند.

کاهش محتوای تکراری

برخی از وب‌سایت‌ها محتوای یکسانی را تحت URLهای مختلف نشان می‌دهند که بـه آن محتوای تکراری می‌گویند . موتورهای جستجو بـرای هـر محتـوا، یـک URL واحـد (URL متعارف) را برای نمایش به کاربران انتخاب می‌کنند.

داشتن محتوای تکراری در سایت شما نقض سیاست‌های اسپم ما نیست، اما می‌تواند یک تجربه کاربری بـد باشـد و موتورهـای جسـتجو ممکن اسـت منـابع خزنـده را بـرای URLهایی که حتی به آنها اهمیتی نمی‌دهید، هدر دهند. اگـر اهـل مـاجراجویی هسـتید، ارزشش را دارد که بفهمید آیا می‌توانید یک نسخه متعارف برای صفحات خود مشخص کنید یا خیر. اما اگر خودتان URLهای خود را متعارف نکنید، گوگـل سـعی می‌کنـد بـه طور خودکار این کار را برای شما انجام دهد.

هنگام کار بر روی استانداردسازی، سعی کنید مطمئن شوید کـه هـر بخش از محتـوای سایت شما فقط از طریق یک URL مجزا قابل دسترسی است؛ داشتن دو صفحه کـه حاوی اطلاعات یکسانی در مورد تبلیغـات شـما هسـتند، می‌توانـد یـک تجربـه کـاربری گیج‌کننده باشد (برای مثال، افراد ممکن اسـت از خـود بپرسـند کـدام صـفحه درسـت است و آیا تفاوتی بین این دو وجود دارد).

اگر چندین صفحه دارید کـه اطلاعـات یکسـانی دارنـد، سـعی کنیـد از URL هـای غـیر ترجیحی به URL ای که بـه بهـترین شـکل آن اطلاعـات را نشـان می‌دهـد، ریـدایرکت rel="canonical" link ایجاد کنید. اگـر نمی‌توانیـد ریـدایرکت کنیـد، بـه جـای آن از عنصر ریدایرکت استفاده کنید. اما باز هم، زیاد نگران این موضوع نباشـید؛ موتورهـای جستجو معمولاً می‌توانند این کار را برای شما انجام دهند و اغلب اوقات خودشان این کار را انجام می‌دهند.

سایت خود را جالب و مفید کنید

ایجاد محتوایی که افراد آن را جذاب و مفید بدانند، احتمالاً بیش از هر پیشـنهاد دیگـری در این راهنما، بر حضور وب‌سایت شما در نتایج جستجو تأثیر خواهـد گذاشـت. اگرچـه

«محتوای جذاب و مفید» می‌تواند برای افراد مختلف معانی متفاوتی داشته باشد، اما محتوایی مانند این عموماً ویژگی‌های مشترکی دارد، مانند:

متن به راحتی خوانده می‌شود و به خوبی سازماندهی شده است : محتوا را به طور طبیعی بنویسید و مطمئن شوید که محتوا به خوبی نوشته شده، به راحتی قابل فهم است و عاری از اشتباهات املایی و دستوری است. محتوای طولانی را به پاراگراف‌ها و بخش‌ها تقسیم کنید و سرفصل‌هایی را برای کمک به کاربران در پیمایش صفحات خود ارائه دهید.
محتوا منحصر به فرد است : وقتی محتوای جدیدی می‌نویسید، محتوای دیگران را به طور جزئی یا کلی کپی نکنید: خودتان بر اساس آنچه در مورد موضوع می‌دانید، محتوا را ایجاد کنید. فقط آنچه را که دیگران قبلاً منتشر کرده‌اند، تکرار نکنید.
محتوا به‌روز است : به محتوای منتشر شده قبلی نگاهی بیندازید و در صورت نیاز آن را به‌روزرسانی کنید، یا حتی اگر دیگر مرتبط نیست، آن را حذف کنید.
محتوا مفید، قابل اعتماد و در اولویت قرار دادن افراد است : مطمئن شوید محتوایی می‌نویسید که خوانندگان شما آن را مفید و قابل اعتماد بدانند. به عنوان مثال، ارائه منابع تخصصی یا باتجربه می‌تواند به افراد کمک کند تا تخصص مقالات شما را درک کنند.

انتظار عبارات جستجوی خوانندگان خود را داشته باشید

به کلماتی فکر کنید که یک کاربر ممکن است برای یافتن بخشی از محتوای شما جستجو کند. کاربرانی که اطلاعات زیادی در مورد موضوع دارند، ممکن است از کلمات کلیدی متفاوتی در جستجوی خود نسبت به کسی که در مورد موضوع تازه‌کار است، استفاده کنند. به عنوان مثال، برخی از کاربران ممکن است "charcuterie" را جستجو کنند، در حالی که برخی دیگر ممکن است "cheese board" را جستجو کنند. پیش‌بینی این تفاوت‌ها در رفتار جستجو و نوشتن با در نظر گرفتن خوانندگان می‌تواند تأثیرات مثبتی بر عملکرد سایت شما در نتایج جستجو داشته باشد.

با این حال، اگر نمی‌توانید تمام روش‌های مختلف جستجوی محتوای خود را پیش‌بینی کنید، نگران نباشید. سیستم‌های تطبیق زبان گوگل پیچیده هستند و می‌توانند ارتباط صفحه شما با بسیاری از جستجوها را درک کنند، حتی اگر شما به صراحت از اصطلاحات دقیق در آنها استفاده نکنید.

از تبلیغات مزاحم پرهیز کنید

اگرچه تبلیغات بخشی از اینترنت هستند و قرار است توسط کاربران دیده شوند، اما اجازه ندهید که بیش از حد حواس‌پرت شوند یا مانع از خواندن محتوای شما توسط کاربران شوند. به عنوان مثال، تبلیغات یا صفحات بینابینی (صفحاتی که قبل یا بعد از

محتوای مورد انتظار شما نمایش داده می‌شوند) کـه اسـتفاده از وب‌سـایت را دشـوار می‌کنند.

پیوند به منابع مرتبط

لینک‌ها راهی عالی برای اتصال کاربران و موتورهای جستجو به سایر بخش‌های سایت شما یا صفحات مرتبط در سایت‌های دیگر هستند. در واقـع، اکـثریت قـریب بـه اتفـاق صفحات جدیدی که گوگل هر روز پیـدا می‌کنـد از طریـق لینک‌هـا هسـتند، و این بـاعث می‌شود لینک‌ها به منبعی حیاتی تبدیل شوند که باید برای کمک به کشف صفحات شما توسط گوگـل و نمـایش بـالقوه آنهـا در نتـایج جسـتجو در نظـر بگیریـد. علاوه بـر این، لینک‌ها می‌توانند با اتصال کاربران (و گوگل) به منبع دیگری که آنچه را که در مورد آن می‌نویسید تأیید می‌کند، ارزش افزوده ایجاد کنند.

تصویری که نشان می‌دهد چگونه یک صفحه وب به منابع مرتبط دیگر لینک می‌دهد

متن لینک خوب بنویسید

متن لینک (که به عنوان متن لنگر نیز شناخته می‌شود) بخش متنی یک لینک است کـه می‌توانید ببینید. این متن به کاربران و گوگـل اطلاعـاتی در مـورد صـفحه‌ای کـه بـه آن لینک می‌دهید می‌دهد. با متن لنگر مناسـب ، کـاربران و موتورهـای جسـتجو می‌تواننـد قبـل از بازدیـد، بـه راحـتی بفهمنـد صـفحات لینـک شـده شـما حـاوی چـه محتـوایی هستند.تصویری که بخشی از متن یک لینک را نشان می‌دهد

وقتی نیاز دارید، لینک دهید

لینک‌ها می‌توانند زمینه بیشتری در مـورد یـک موضـوع، هم بـرای کـاربران و هم بـرای موتورهای جستجو، فراهم کنند که می‌توانـد بـه نشـان دادن دانش شـما در مـورد یـک موضوع کمک کند. با این حال، وقتی بـه صـفحاتی خـارج از کنـترل خـود، مثلاً محتـوای سایت‌های دیگر، لینک می‌دهید، مطمئن شوید کـه بـه منبعی کـه بـه آن لینـک می‌دهیـد اعتماد دارید. اگر نمی‌توانید به محتوا اعتماد کنید و همچنـان می‌خواهیـد بـه آنهـا لینـک دهید، یک nofollowیادداشت یا توضیح مشابه به لینک اضافه کنید تا از مرتبـط کـردن سایت شما با سایتی که به آن لینک می‌دهید توسط موتورهای جستجو جلوگیری شود. این کار به جلوگیری از پیامدهای منفی احتمالی در رتبه‌بندی شما در جسـتجوی گوگـل کمک می‌کند.

اگر محتوای تولید شده توسط کاربر، ماننـد پسـت‌های انجمن یـا نظـرات را در سـایت خود می‌پذیرید، مطمئن شوید که هر لینکی که توسط کاربران ارسال می‌شـود، دارای یک nofollowیا چند حاشیه‌نویسی مشابه است که به طور خودکار توسط CMS شما

اضافه می‌شود. از آنجایی که در این مورد شما محتوا را ایجاد نمی‌کنید، احتمالاً نمی‌خواهید سایت شما کورکورانه با سایت‌هایی که کاربران به آنها لینک می‌دهند مرتبط باشد. این همچنین می‌تواند به جلوگیری از سوءاستفاده اسپمرها از وب‌سایت شما کمک کند.

بر نحوه نمایش سایت شما در جستجوی گوگل تأثیر بگذارید

یک صفحه نتایج جستجوی گوگل معمولاً از چند عنصر بصری مختلف تشکیل شده است که می‌توانید روی آنها تأثیر بگذارید تا به کاربران کمک کنید تصمیم بگیرند که آیا باید از طریق آن نتایج جستجو از سایت شما بازدید کنند یا خیر. در این بخش، ما روی لینک عنوان و قطعه کد تمرکز می‌کنیم زیرا اینها عناصر بصری مهم‌تری هستند.

روی لینک‌های عنوان خود تأثیر بگذارید

لینک عنوان، بخش تیتر نتیجه جستجو است و می‌تواند به افراد کمک کند تا تصمیم بگیرند روی کدام نتیجه جستجو کلیک کنند. گوگل از چند منبع برای تولید این لینک عنوان استفاده می‌کند، از جمله کلمات داخل <title>عنصر (که متن عنوان نیز نامیده می‌شود) و سایر عناوین موجود در صفحه. این متن عنوان همچنین می‌تواند برای عنوانی که در مرورگرها و بوکمارک‌ها نشان داده می‌شود، استفاده شود.

How to make your own chili oil

اگر از سیستم مدیریت محتوا (CMS) استفاده می‌کنید ، ممکن است نیازی به انجام هیچ کار فنی برای عناوین خود نداشته باشید، فراتر از تمرکز صرف بر نوشتن عناوین خوب. اکثر CMSها می‌توانند به طور خودکار عناوینی را که می‌نویسید به یک <title>عنصر در HTML تبدیل کنند.
تصویری از نحوه نمایش متن عنوان در یک صفحه وب، و سپس نحوه نمایش آن در HTML
شما می‌توانید با نوشتن عناوین خوب، روی لینک‌های عنوان در جستجو تأثیر بگذارید: یک عنوان خوب مختص صفحه، واضح و مختصر است و محتوای صفحه را به طور دقیق توصیف می‌کند. به عنوان مثال، عنوان شما می‌تواند شامل نام وب‌سایت یا کسب و کار شما، سایر اطلاعات مهم مانند موقعیت فیزیکی کسب و کار و شاید اطلاعاتی در مورد آنچه صفحه خاص برای کاربران ارائه می‌دهد، باشد. مستندات ما در مورد لینک‌های عنوان، نکات بیشتری در مورد نحوه ایجاد عناوین خوب و نحوه تأثیرگذاری بر لینک‌های عنوان نتایج جستجوی سایت شما دارد.

کنترل قطعه کدهایتان

زیر لینک عنوان، یک نتیجه جستجو معمولاً توضیحی از صفحه هدف دارد تا به کـاربران کمک کند تصمیم بگیرند که آیا باید روی نتیجه جستجو کلیک کنند یا خیر. بـه این قطعـه متن گفته می‌شود .

Learn how to cook eggs with this complete guide in less than 5 minutes. We cover all the methods, including sunny side up, boiled, .and poached

این قطعه کد از محتوای واقعی صفحه‌ای که نتیجه جستجو به آن لینک می‌دهد، گرفتـه می‌شود، بنابراین شما کنترل کاملی بـر کلمـاتی کـه می‌تواننـد بـرای تولیـد قطعـه کـد اسـتفاده شـوند، داریـد. گـاهی اوقـات، قطعـه کـد ممکن اسـت از محتـوای برچسـب توضیحات متا گرفته شود، که معمولاً خلاصه‌ای مختصر و یـک یـا دو جمله‌ای از صـفحه اسـت. یـک توضـیحات متـای خـوب، کوتـاه، منحصـر بـه یـک صـفحه خـاص و شـامل مرتبط‌ترین نکات صفحه است. برای الهام بیشتر، نکات ما را برای نوشـتن توضـیحات متای خوب بررسی کنید .

تصاویر را به سایت خود اضافه کنید و آنها را بهینه کنید

بسیاری از افراد به صـورت بصـری جسـتجو می‌کننـد و تصـاویر می‌تواننـد اولین بـاری باشند که وب‌سایت شما را پیدا می‌کنند. به عنوان مثـال، اگـر شـما یـک وبلاگ دسـتور پخت غذا دارید، افراد ممکن اسـت بـا جسـتجوی "دسـتور پخت تـارت میـوه" و مـرور عکس‌های انواع تارت میوه، محتوای شما را پیدا کنند.

همـانطور کـه تصـاویر را بـه سـایت خـود اضـافه می‌کنیـد، مطمئن شـوید کـه افـراد و موتورهای جستجو می‌توانند آنها را پیدا کرده و درک کنند.

تصاویر با کیفیت بالا را در نزدیکی متن مربوطه اضافه کنید

وقتی از تصاویر با کیفیت بـالا اسـتفاده می‌کنیـد، بـه کـاربران زمینـه و جزئیـات کـافی می‌دهید تا تصمیم بگیرند کدام تصویر با آنچه به دنبالش هستند مطابقت بیشتری دارد. به عنوان مثال، اگر افراد به دنبال "گل مینا" هستند و در نتایج جستجو با گل ادلـوایس مواجه می‌شوند، یک تصویر با کیفیت بالاتر به آنها کمک می‌کند تا نوع گـل را تشـخیص دهند.

از تصاویری استفاده کنید که واضح و شفاف باشند و آنها را در نزدیکی متنی قرار دهید که به تصویر مرتبط باشد. متنی که در نزدیکی تصاویر قرار دارد می‌تواند به گوگل کمک کند تا بهتر بفهمد تصویر در مورد چیست و در متن صفحه شما چه معنایی دارد.

برای مثال، اگر صفحه در حال بررسی فروشگاه‌های کاموا در لندن است، منطقی است که یکی از عکس‌های فروشگاه کاموا را در بخشی که جزئیات مکان، توضیحات و اطلاعات نقد و بررسی آن فروشگاه کاموا را شرح می‌دهد، جاسازی کنید. این به گوگل و کاربران کمک می‌کند تا تصویر را با متنی مرتبط کنند که زمینه بیشتری از موضوع صفحه ارائه می‌دهد.

متن جایگزین توصیفی را به تصویر اضافه کنید

متن جایگزین (Alt text) یک متن کوتاه اما توصیفی است که رابطه بین تصویر و محتوای شما را توضیح می‌دهد. این متن به موتورهای جستجو کمک می‌کند تا بفهمند تصویر شما در مورد چیست و زمینه ارتباط تصویر با صفحه شما چیست، بنابراین نوشتن متن جایگزین خوب بسیار مهم است. می‌توانید این متن را با ویژگی altعنصر HTML به خود اضافه کنید img، یا CMS شما ممکن است راهی آسان برای مشخص کردن توضیح برای یک تصویر هنگام آپلود آن در سایت خود داشته باشد. درباره نحوه نوشتن متن جایگزین خوب و نحوه اضافه کردن آن به تصاویر خود بیشتر بدانید.

ویدیوهای خود را بهینه کنید

اگر وب‌سایت شما شامل صفحاتی است که عمدتاً مربوط به ویدیوهای شخصی هستند، افراد ممکن است بتوانند سایت شما را از طریق نتایج ویدیویی در جستجوی گوگل نیز پیدا کنند. بسیاری از بهترین شیوه‌ها برای تصاویر و متن در مورد ویدیوها نیز صدق می‌کند:

محتوای ویدیویی با کیفیت بالا ایجاد کنید و ویدیو را در یک صفحه مستقل، نزدیک متنی که به آن ویدیو مربوط است، جاسازی کنید.
متن توصیفی را در قسمت‌های عنوان و توضیحات یک ویدیو بنویسید (عنوان یک ویدیو هنوز یک عنوان است، بنابراین می‌توانید بهترین شیوه‌های نوشتن عنوان را در اینجا نیز به کار ببرید).
اگر سایت شما به طور خاص بر ویدیو متمرکز است، پس به خواندن ادامه دهید تا در مورد کارهای بیشتری که می‌توانید برای بهینه‌سازی ویدیوهای خود برای موتورهای جستجو انجام دهید، اطلاعات بیشتری کسب کنید .

وب‌سایت خود را تبلیغ کنید

تبلیغ مؤثر محتوای جدید شما منجر به کشف سریع‌تر آن توسط کسانی که به موضوع مشابه علاقه‌مند هستند و همچنین توسط موتورهای جستجو می‌شود. می‌توانید این کار را از طرق مختلف انجام دهید:

تبلیغات رسانه‌های اجتماعی
مشارکت اجتماعی
تبلیغات، چه آفلاین و چه آنلاین
تبلیغات دهان به دهان و بسیاری از روش‌های دیگر
یکی از موثرترین و ماندگارترین راه‌ها ، تبلیغات دهان به دهان است: یعنی افرادی که با سایت شما آشنا هستند، در مورد آن به دوستانشان می‌گویند که آنها نیز به نوبه خود از سایت شما بازدید می‌کنند. این کار می‌تواند زمان‌بر باشد و معمولاً ابتدا باید زمان و تلاش خود را در سایر شیوه‌ها، مانند مشارکت در جامعه، سرمایه‌گذاری کنید. دوستان ما در Google for Creators منابع بسیار خوبی در مورد ایجاد و جذب مخاطبان شما دارند .

تلاش برای تبلیغ آفلاین شرکت یا سایت شما نیز می‌تواند مفید باشد. به عنوان مثال، اگر سایت تجاری دارید، مطمئن شوید که آدرس اینترنتی آن در کارت ویزیت، سربرگ، پوستر و سایر مطالب شما ذکر شده است. با اجازه آنها، می‌توانید خبرنامه‌های دوره‌ای را نیز برای مخاطبان خود ارسال کنید و آنها را از محتوای جدید وب‌سایت خود مطلع کنید.

مانند هر چیز دیگری در زندگی، می‌توانید در تبلیغ سایت خود زیاده‌روی کنید و در واقع به آن آسیب بزنید: ممکن است مردم از تبلیغات شما خسته شوند و موتورهای جستجو ممکن است برخی از این اقدامات را دستکاری نتایج جستجو تلقی کنند .

چیزهایی که معتقدیم نباید روی آنها تمرکز کنید

همزمان با تکامل سئو، ایده‌ها و شیوه‌ها (و گاهی اوقات، تصورات غلط) مرتبط با آن نیز تکامل یافته‌اند. آنچه در گذشته بهترین شیوه یا اولویت اصلی محسوب می‌شد، ممکن است به دلیل نحوه توسعه موتورهای جستجو (و اینترنت) در طول زمان، دیگر مرتبط یا مؤثر نباشد.

برای کمک به شما در تمرکز بر روی مواردی که در سئو واقعاً مهم هستند، برخی از رایج‌ترین و برجسته‌ترین موضوعاتی را که در اینترنت دیده‌ایم، جمع‌آوری کرده‌ایم. به طور کلی، پیام ما در مورد این موضوعات این است که شما باید کاری را انجام دهید

که برای حوزه کسب و کار شما بهترین است. ما در اینجا به چند نکتـه خـاص خـواهیم پرداخت:

کلمات کلیدی متا

جستجوی گوگل از متا تگ کلمات کلیدی استفاده نمی‌کند .

انباشتن کلمات کلیدی

تکرار بیش از حد کلمات یکسان بارها و بارها (حتی به صـورت متنـوع) بـرای کـاربران خسته کننده است و انباشت کلمات کلیدی خلاف سیاست‌های اسپم گوگل است .

کلمات کلیدی در نام دامنه یا مسیر URL

هنگام انتخاب نـام سـایت خـود، بهـترین کـار را بـرای کسـب و کـار خـود انجـام دهیـد. کاربران از این نام برای پیدا کردن شما استفاده می‌کنند، بنـابراین توصـیه می‌کـنیم از بهترین شیوه‌های کلی بازاریابی پیروی کنید. از دیدگاه رتبه‌بندی، کلمات کلیدی موجـود در نـام دامنـه (یـا مسـیر URL) بـه تنهـایی هیچ تـأثیری فراتـر از نمـایش در breadcrumbs ندارند .

و حالا که بحث نام دامنه‌ها شد: TLD (نـام دامنه‌ای کـه بـه ".com" یـا ".guru" ختم می‌شود) فقط در صـورتی اهمیت دارد کـه کـاربران یـک کشـور خـاص را هـدف قـرار دهیـد، و حـتی در آن صـورت هم معمـولاً سـیگنال کم‌اثـری اسـت. بـرای مثـال، اگـر می‌خواهید پنیر هلندی را به افرادی که از سوئیس جستجو می‌کنند بفروشید، اسـتفاده از نام دامنه .ch (هم از نظر تجـاری و هم از نظـر سـئو) منطقی اسـت. در غـیر این صورت، جستجوی گوگل اهمیتی نمی‌دهـد کـه از کـدام TLD اسـتفاده می‌کنیـد (چـه . com باشد، چه .org یا .asia).

حداقل یا حداکثر طول محتوا

طول محتوا به تنهـایی بـرای اهـداف رتبه‌بنـدی مهم نیسـت (هیچ هـدف جـادویی بـرای تعداد کلمات، حداقل یا حداکثر وجود ندارد، اگرچه احتمالاً می‌خواهید حداقل یک کلمـه داشته باشید). اگر کلمات را تغییر می‌دهید (به طور طبیعی بنویسید تا تکراری نباشد)، شانس بیشتری برای نمایش در جستجو دارید، صرفاً به این دلیل که از کلمـات کلیـدی بیشتری استفاده می‌کنید.

زیردامنه‌ها در مقابل زیردایرکتوری‌ها

از نقطه نظر تجاری، هر کاری که برای کسب و کار شما منطقی است را انجام دهید. برای مثال، اگر سایت بر اساس زیرشـاخه‌ها تقسـیم‌بندی شـود، مـدیریت آن آسـان‌تر خواهـد بـود، امـا در مواقـع دیگـر، بسـته بـه موضـوع یـا صـنعت سـایت شـما، تقسـیم موضوعات به زیردامنه‌ها منطقی خواهد بود.

رتبه صفحه

اگرچه پیج رنک از لینک‌ها استفاده می‌کند و یکی از الگوریتم‌های اساسی گوگل اسـت، اما جستجوی گوگل چیزی فراتر از لینک‌ها است. ما سیگنال‌های رتبه‌بندی زیادی داریم و پیج رنک تنها یکی از آنهاست.

«مجازات» محتوای تکراری

اگر محتوایی دارید که از طریق چندین URL قابل دسترسی است، اشکالی ندارد؛ نگران آن نباشید. این روش ناکارآمد است، اما چیزی نیست که باعث جریمه دستی شود. با این حال، کپی کردن محتوای دیگران داستان متفاوتی است.

تعداد و ترتیب عناوین

داشتن ترتیب معنایی برای سرتیترها برای صفحه‌خوان‌ها فوق‌العاده است، اما از دیدگاه جستجوی گوگل، اگر آنها را بدون ترتیب استفاده کنید، اهمیتی ندارد. وب به طور کلی HTML معتبری ندارد، بنابراین جستجوی گوگل به ندرت می‌تواند به معانی معنایی پنهان در مشخصات HTML متکی باشد.

همچنین هیچ تعداد ایده‌آل و جادویی برای تعداد عناوینی که یک صفحه باید داشته باشد وجود ندارد. با این حال، اگر فکر می‌کنید که تعداد آنها زیاد است، احتمالاً همینطور است.

فکر کردن به اینکه EEAT یک عامل رتبه‌بندی است
نه، اینطور نیست.

مراحل بعدی

شروع کار با کنسول جستجو : راه‌اندازی یک حساب کاربری کنسول جستجو به شما کمک می‌کند تا عملکرد وب‌سایت خود را در جستجوی گوگل رصد و بهینه‌سازی کنید. یاد بگیرید که چگونه حساب خود را راه‌اندازی کنید و ابتدا چه گزارش‌هایی را بررسی کنید .
سئوی وب‌سایت خود را در طول زمان حفظ کنید : درباره مدیریت حضور سایت خود در درازمدت ، از جمله وظایف و سناریوهای عمیق‌تر سئو، مانند آماده‌سازی برای جابجایی سایت یا مدیریت یک سایت چندزبانه، بیشتر بیاموزید .
بهبود ظاهر سایت شما در نتایج جستجوی گوگل : داده‌های ساختاریافته معتبر در صفحات شما، صفحات شما را واجد شرایط بسیاری از ویژگی‌های خاص در نتایج جستجوی گوگل، از جمله ستاره‌های نقد و بررسی، چرخ فلک‌ها و موارد دیگر می‌کند. گالری انواع نتایج جستجو را که صفحه شما می‌تواند واجد شرایط آنها باشد، بررسی کنید.

مطلع باشید و سوال بپرسید

همانطور که سفر سئو خود را آغاز می‌کنید، در اینجا منابعی وجود دارد که می‌تواند به شما کمک کند از تغییرات و منابع جدیدی که منتشر می‌کنیم، مطلع بمانید:

وبلاگ مرکز جستجوی گوگل : آخرین اطلاعات را از وبلاگ مرکز جستجوی گوگل ما دریافت کنید. می‌توانید اطلاعاتی در مورد به‌روزرسانی‌های جستجوی گوگل، ویژگی‌های جدید کنسول جستجو و موارد دیگر پیدا کنید.
مرکز جستجوی گوگل در لینکدین و ایکس (توییتر) : برای به‌روزرسانی‌های مربوط به جستجوی گوگل و منابعی که به شما در ایجاد یک سایت عالی کمک می‌کنند، ما را دنبال کنید.

انجمن راهنمای مرکزی جستجوی گوگل : سوالات خود را در مورد مشکلات سئوی سایت خود مطرح کنید و نکاتی را برای ایجاد سایت‌های با کیفیت بالا از انجمن محصول برای صاحبان وب‌سایت بیابید. در این انجمن، مشارکت‌کنندگان باتجربه زیادی از جمله متخصصان محصول و گاهی اوقات گوگلی‌ها حضور دارند.
کانال یوتیوب مرکزی جستجوی گوگل : صدها ویدیوی مفید ایجاد شده برای صاحبان وب‌سایت را تماشا کنید.